

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata telah berkembang menjadi sektor ekonomi yang dinamis dan signifikan dalam skala global. Selain sebagai penggerak utama perekonomian, pariwisata juga berperan sebagai katalisator dalam pertukaran budaya, meningkatkan pemahaman antarbangsa, serta berkontribusi terhadap konservasi lingkungan alam dan budaya. Kemajuan dalam aksesibilitas transportasi dan informasi telah meningkatkan minat masyarakat untuk berwisata, sehingga menciptakan peluang besar bagi pertumbuhan industri pariwisata. Pariwisata, sebagaimana didefinisikan oleh Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009, meliputi berbagai aktivitas perjalanan yang didukung oleh berbagai macam infrastruktur serta fasilitas pendukung seperti akomodasi, transportasi, dan berbagai macam layanan lainnya, yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah baik pada skala nasional maupun daerah. Undang-Undang ini mendefinisikan pariwisata sebagai rangkaian perjalanan yang dijalankan oleh perorangan atau kelompok ke suatu tujuan dengan maksud yang bervariasi, termasuk hiburan, peningkatan diri, atau eksplorasi fitur-fitur khas dari destinasi wisata yang dikunjungi dalam waktu tertentu (Anjani, 2024).

Konsep pariwisata terus berkembang setiap tahun, termasuk gagasan pariwisata sebagai instrument Pendidikan. Pariwisata sebagai gagasan Pendidikan mengacu pada pendekatan penggunaan pariwisata sebagai metode Pendidikan. *Edu Tourism* atau juga dikenal sebagai pariwisata Pendidikan, adalah moda pariwisata di mana pengunjung mengunjungi tujuan tertentu dengan tujuan utama untuk mendapatkan pengalaman Pendidikan langsung yang berhubungan dengan wilayah tersebut (Riley *et al* dalam Anjani, 2024). Menurut Priyanto (dalam Hayatri dan Prasetyo, 2021), wisata edukasi adalah gagasan bermanfaat yang mengintegrasikan kegiatan belajar dengan wisata. Wisata edukasi menjadi kegiatan belajar non-formal, yang ditandai dengan fleksibilitasnya dibandingkan dengan pembelajaran di ruang kelas. Konsep ini selaras dengan *edutainment*, yang menggabungkan pembelajaran dengan kegiatan yang menyenangkan.

Di antara berbagai destinasi wisata edukasi, museum menjadi pilihan yang sangat diminati untuk berwisata edukasi. Museum adalah tempat yang dirancang untuk akses

publik. Museum berfungsi untuk mengumpulkan, melestarikan, dan memamerkan sejarah budaya masyarakat untuk dipelajari, diteliti, dan dinikmati. Museum dapat dianggap sebagai tempat penyimpanan artefak bersejarah, yang dimaksudkan untuk dilihat oleh publik dan diteliti secara ilmiah untuk memperluas pengetahuan dan memberikan kesempatan rekreasi (Habib Hariyadi *et al.*, 2022). Banyak artefak yang mewakili masa lalu, karya estetika, dan budaya Indonesia dilestarikan di museum-museum di berbagai penjuru tanah air. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi (Kemendikbud) melaporkan bahwa Indonesia memiliki 439 museum pada tahun 2020 (Sadya, 2022). Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 66 Tahun 2015 mendefinisikan museum sebagai institusi yang bertanggung jawab untuk menjaga, meningkatkan, mengoptimalkan, dan menyebarluaskan koleksi kepada khalayak. Sesuai dengan regulasi pemerintah Indonesia Nomor 66 Tahun 2015, mengenai Museum, pendirian museum di Indonesia dapat dilakukan oleh pemerintah pusat, pemerintah daerah, perorangan, atau masyarakat umum. Museum yang dibangun oleh pemerintah, baik pada skala nasional maupun regional, berperan untuk memenuhi kewajiban dan fungsinya kepada Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan yang berada di bawah naungan Direktur Jenderal Kebudayaan (Retno, 2023).

Salah satu wilayah di Indonesia yang memanfaatkan museum sebagai bagian dari wisata edukasi adalah Kabupaten Banyuwangi. Dikenal dengan kekayaan budaya dan alamnya yang luar biasa, Banyuwangi semakin populer sebagai destinasi wisata, termasuk dalam aspek sejarah dan budaya yang terpelihara di museum. Museum Blambangan, sebagai salah satu museum paling tua di Banyuwangi. Mayoritas koleksi yang tersimpan di Museum Blambangan terdiri dari artefak Hindu-Buddha dari kerajaan Majapahit hingga Kerajaan Blambangan. Koleksi-koleksi tersebut dikategorikan ke dalam keramologika, etnografika, teknologika, arkeologika, histotrika, filologika, seni rupa, dan numismatika, yang mencakup masa prasejarah, kolonial Islam, Hindu-Buddha, Modern, dan Kemerdekaan yang berada di wilayah Banyuwangi (Suprpta *et al* dalam Sandra, 2023).

Dalam operasionalnya, Museum Blambangan memiliki *Guide*/pemandu museum, dimana tugas *Guide* museum yaitu memandu, mengarahkan, menjelaskan, dan memberikan informasi kepada para pengunjung Museum Blambangan. Menurut Suyitno (dalam Yanita *et al.*, 2023) Pemandu Wisata/*Guide* merupakan individu berkompeten yang mendampingi wisatawan, menyuguhkan informasi, arahan, dan anjuran selama kegiatan perjalanan mereka. Pemandu wisata/*Guide* adalah komponen

penting dalam kegiatan pariwisata. Pemandu wisata sangat penting dalam mengatur kejadian selama tur dan merupakan faktor penting dalam keberhasilan bisnis perjalanan. Oleh karena itu, pemandu wisata dijuluki “*the soul of tourism*” (chang *et al* dalam Cahyawati *et al.*, 2021).

Pengunjung Museum Blambangan berasal dari berbagai kelompok usia, termasuk anak-anak yang memiliki rasa ingin tahu tinggi dan orang tua yang bernostalgia dengan masa lalu. Setiap pengunjung memiliki minat dan sudut pandang yang berbeda, sehingga membuat setiap kunjungan ke museum ini menjadi pengalaman yang sangat berbeda dan memuaskan. Salah satunya yaitu kalangan muda, terutama generasi Z. Generasi Z, atau yang biasa disebut Gen Z, adalah generasi yang lahir tahun 1995 dan 2010. Gen Z lahir pada masa kemajuan digital, di mana teknologi dan internet saling terkait erat. Generasi Z adalah kelompok yang telah mengalami era digital dan dibedakan oleh nilai-nilai progresif, keterampilan komunikasi yang efektif, dan kemahiran teknologi yang tinggi (Saputra *et al.*, 2024). Generasi Z adalah kelompok yang saling terhubung secara luas dan bergantung pada teknologi. Mereka adalah generasi yang lahir ketika computer pribadi menjadi sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Generasi ini tidak dapat melepaskan diri dari dunia online maupun offline, dan selalu mengandalkan internet (Kamil dan Laksmi, 2023). Dengan kemudahan akses terhadap pengetahuan melalui internet dan perangkat pintar, generasi Z memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap pengalaman yang dinamis dan menawan. Pengunjung generasi Z yang datang ke Museum Blambangan sering kali menginginkan pengalaman yang lebih dari sekadar melihat koleksi artefak kuno. Mereka ingin terlibat secara aktif, seperti mengikuti acara edukasi yang inovatif, berinteraksi dengan teknologi yang dipamerkan di museum, atau bahkan membuat konten kreatif sendiri untuk disebar di media sosial.

Salah satu aspek krusial dalam pengalaman museum adalah komunikasi yang efektif dari *Guide* museum, khususnya dalam bentuk komunikasi persuasif. Komunikasi persuasif adalah cabang ilmu komunikasi yang kerap diterapkan untuk memengaruhi individu dalam berbagai konteks, termasuk Pendidikan dan lingkungan profesional (Hartawan, 2020). Komunikasi persuasif dilakukan melalui berbagai mode komunikasi, yang secara eksklusif mengandalkan argument dan pertimbangan untuk mendapatkan efek yang diinginkan. Modus komunikasi yang digunakan bersifat persuasif dan beroperasi secara eksklusif melalui penggunaan argumen dan alasan.

Museum Blambangan memiliki potensi yang signifikan untuk menjadi tujuan wisata edukasi yang menarik bagi Generasi Z di Banyuwangi. Namun demikian, terdapat permasalahan yang dihadapi untuk merealisasikan potensi tersebut. Generasi Z, yang akrab dengan interaksi dinamis dan teknologi, sering kali menganggap kunjungan ke museum sebagai sesuatu yang membosankan, karena tidak adanya kegiatan partisipatif. Kunjungan mereka lebih menekankan pada dokumentasi visual untuk media sosial daripada meningkatkan pemahaman tentang sejarah dan budaya yang ditampilkan. Maka, strategi komunikasi persuasif yang menarik dari *Guide* museum sangat penting untuk mengubah perspektif generasi Z tentang museum dari tempat kuno menjadi tempat yang penuh dengan pengalaman instruktif dan signifikan. Selain itu, berdasarkan pengamatan dan testimoni pengunjung, banyak yang merasa bahwa pengalaman berkunjung ke museum lain tidak dipandu secara baik, sehingga kurang meninggalkan kesan mendalam dibandingkan dengan pengalaman di Museum Blambangan. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan *Guide* yang mampu menerapkan strategi komunikasi persuasif secara efektif menjadi faktor kunci dalam menciptakan pengalaman edukatif yang bermakna bagi pengunjung, khususnya generasi Z. Tantangan ini menjadi fokus penting dalam meningkatkan daya tarik wisata edukasi di Banyuwangi, terutama dalam menanamkan pentingnya sejarah dan budaya lokal kepada generasi muda. Dengan demikian, peneliti mengambil judul penelitian mengenai “*Strategi Komunikasi Persuasif Guide Museum Blambangan dalam Mengoptimalkan Wisata Edukasi (Studi Kasus pada Generasi Z di Banyuwangi)*”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penulis akan mengidentifikasi beberapa permasalahan yang akan dibahas, antara lain:

1. Bagaimana Strategi Komunikasi Persuasif *Guide* Museum Blambangan dalam Mengoptimalkan Wisata Edukasi pada Generasi Z di Banyuwangi?
2. Bagaimana Hambatan-Hambatan yang dihadapi oleh *Guide* Museum Blambangan dalam Menerapkan Strategi Komunikasi Persuasif kepada Generasi Z di Banyuwangi untuk Mengoptimalkan Wisata Edukasi?
3. Bagaimana Respon Pengunjung Museum Blambangan (Generasi Z di Banyuwangi) terhadap Tingkat Partisipasi, Minat Belajar, dan Kepuasan dalam Wisata Edukasi di Museum Blambangan?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis menetapkan beberapa tujuan penelitian, diantaranya sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Strategi Komunikasi Persuasif *Guide* Museum Blambangan dalam Mengoptimalkan Wisata Edukasi pada Generasi Z di Banyuwangi.
2. Untuk Mengetahui Hambatan-Hambatan yang dihadapi oleh *Guide* Museum Blambangan dalam Menerapkan Strategi Komunikasi Persuasif kepada Generasi Z di Banyuwangi untuk Mengoptimalkan Wisata Edukasi.
3. Untuk Mengetahui Respon Pengunjung Museum Blambangan (Generasi Z di Banyuwangi) terhadap Tingkat Partisipasi, Minat Belajar, dan Kepuasan dalam Wisata Edukasi di Museum Blambangan.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

#### 1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi kontribusi pemikiran dalam perkembangan Ilmu Komunikasi, khususnya komunikasi persuasif dalam konteks pariwisata.

#### 2. Manfaat Praktis

Bagi Peneliti

- 1) Meningkatkan pengalaman dalam penelitian.
- 2) Diharapkan hasil penelitian tersebut dapat menjadi sumber inspirasi bagi peneliti lain.

Bagi Museum Blambangan

- 1) Hasil penelitian diharapkan dapat meningkatkan kualitas layanan *Guide* Museum Blambangan.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengembangan program-program pembelajaran yang inovatif.

- 3) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengelola Museum Blambangan dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi.

Bagi Generasi Z

- 1) Dengan hasil penelitian ini, diharapkan pengunjung generasi Z mendapatkan pemahaman mendalam tentang wisata edukasi.
- 2) Hasil penelitian diharapkan dapat mengubah persepsi bahwa wisata edukasi di museum tidaklah membosankan, melainkan menawarkan banyak pengalaman menarik.

